Numérique : En quoi les réseaux sociaux sont utiles pour la communication dans le secteur du tourisme ?

Bibliothèque publique d'information – notre réponse du 27/12/2016. *(Actualisée le 30/07/2021)*

© Image par reenablack via Pixabay

*« Les professionnels du **tourisme** s'emparent des **réseaux sociaux** pour en faire des atouts de leur politique de **communication**. Partant de l'idée que les candidats au voyage font confiance à ceux qui les ont précédés et sont prêts à rejoindre la communauté, l'industrie du **tourisme** investit les plateformes d'échanges de photographies, de récits et de vidéos pour mieux connaitre et fidéliser leurs clients. »*
Les réseaux sociaux : outils du marketing viral en tourisme par Jean-Claude Morand, *Réseaux sociaux et identités numériques,* n°141, 2011.
En quoi les réseaux sociaux sont-ils bénéfiques pour la communication des acteurs du tourisme et comment s'en servir ?

Les réseaux sociaux bénéfiques pour le tourisme

Discours sur les réseaux sociaux et expérience touristique : une nouvelle donne pour les gestionnaires de sites patrimoniaux et acteurs touristiques par Christine Salomone et Hamed Haddouche, Presses de l'Université du Québec, 2021.

Résumé :
*« Cet article vise à comprendre comment les **usages du numérique** et le recours aux **réseaux sociaux** peuvent constituer un **nouvel outil de communication** pour les gestionnaires de sites patrimoniaux et les acteurs du **tourisme**. Nous avons examiné les stratégies des acteurs et des professionnels du **tourisme**, nous penchant sur leurs usages, leurs pratiques et la manière dont ils envisagent les relations à établir avec les « touristes-consommateurs ». »*

Comment les réseaux sociaux influencent-ils le tourisme de luxe ?, Anonyme, *Forbes*, 2019.
Extrait :
*«En 2020, 39 % du **tourisme** de luxe mondial mettra davantage l'accent sur les **réseaux sociaux**. »*

Que nous disent les réseaux sociaux sur les dernières tendances de voyage ? par Clotilde Costil, Quotidien du tourisme, 2019.
Extrait :
*« Les **réseaux sociaux** constituent une mine d'informations cruciale pour les professionnels du **tourisme**. Bien qu'ils ne rassemblent pas tous les échantillons de la population touristique, ils permettent, comme l'a fait la plateforme Traackr, de prendre le pouls des dernières tendances en matière de **tourisme**. »*

Guide numérique et mise en scène du territoire, entre médiation patrimoniale et stratégie de communication touristique par Jessica de Bideran et Patrick Fraysse, *Études de communication*, n°45, p.77-96, 2015.
Résumé :
*« Depuis plusieurs années la question de la rentabilité du patrimoine se pose pour les pouvoirs publics. Son attractivité **touristique** lui confère dès lors une place dans l'analyse des politiques culturelles qui fait la part belle aux raisonnements économiques. Or le patrimoine se voit aujourd'hui mis en scène par diverses **applications numériques***

qui participent au développement des territoires en valorisant une histoire locale. »

Études de cas

Souillac. Marie Barrière : « Le tourisme sur les réseaux sociaux », par J.C Christol, La Dépêche, 2020.
Extrait :
*« Pour aller plus loin dans notre communication sur les **réseaux sociaux**, nous avons décidé d'une campagne de communication globale pour développer la notoriété de la destination « Vallée de la Dordogne » et surtout susciter l'envie de consommer l'**offre touristique**. »*

L'innovation dans le tourisme : culture numérique et nouveaux modes de vie
Brice Duthion et Cyrille Mandou, De Boeck Supérieur, 2016.
Résumé :
*« Une synthèse des grandes étapes de l'innovation dans le **tourisme** de son invention à nos jours, avec des études de cas. »*

Quelle stratégie adopter ?

Réseaux sociaux : quelles bonnes pratiques pour les pros du tourisme ? sur le blog tourisme institutionnel en 2018.
Extrait :
*« Les **réseaux sociaux** ont révolutionné les habitudes de consommation dans tous les secteurs d'activité. Le **tourisme**, par un fort impact visuel et un capital sympathie universel, est l'un des plus engageants. Au vu des 42 millions d'internautes [(1)] à parcourir la toile quotidiennement dans*

*l'hexagone, les **réseaux sociaux** ont de beaux (et longs) jours devant eux. »*

Tourisme 2.0 : Construire sa stratégie Social Média par Samir Sirat, 2015.
Résumé :
*« Panoramas des **outils 2.0**, enjeux dans le **tourisme**, définition et animation d'une stratégie social-média. »*

Tourisme : quelles stratégies sur les réseaux sociaux ? sur le site Comarketing, 2016.
Extrait :
*« Une récente étude vient d'analyser les **comptes sociaux** de près de 70 acteurs du **tourisme**. Si la concurrence fait rage y compris sur les **réseaux** dans ce secteur, les marques y adoptent des stratégies différentes et n'ont pas toutes les mêmes objectifs… »*

Infographie travel et Big Data par Arnaud Tamisier en 2016.
Extrait :
*« Les 6 grandes leçons de l'étude **travel et Big Data** réalisée par Sprinklr en collaboration avec Just Amazing. »*

Pour aller plus loin

Quels métiers pour la communication numérique des organisations touristiques ? par Nathalie Alexandre-Bourhis, Said Khalla et Chantal Rouvrais-Charron, *Management & Avenir*, n°60, p.195-211, 2013.
Résumé :
*« Cette étude vise à dessiner les contours des métiers présents et futurs qui sont liés à la **communication numérique**. Après avoir décrit le contexte spécifique du secteur **touristique**, particulièrement touché par l'**évolution des NTIC,** l'article présente les résultats d'une étude qualitative*

réalisée auprès de trente et un professionnels du secteur (directeurs d'organisation touristique privée ou publique et chargés de communication). »

Sur un sujet proche

https://www.eurekoitest.org/comment-le-tourisme-daffaire-peut-il-se-reinventer-face-aux-nouvelles-technologies/?highlight=tourisme%20interne

---

Eurêkoi – Bibliothèque publique d'information